**PRIMERA PARTE** ..... 7

I.1 La planta del cacao ..... 8
I.2. Orígenes del cacao ..... 10
I.3. La geografía mundial del cultivo ..... 12
I.4 Del grano de cacao al chocolate ..... 15
I.5. El Chocolate: Modo de Empleo ..... 20
*La definición del chocolate* ..... *20*
*Los tipos de chocolate* ..... *20*
*¿Qué es un buen chocolate ?* ..... *22*
*Diagrama de una tableta de chocolate ordinario* ..... *23*
*Diagrama de una tableta de chocolate fino* ..... *23*
*La conservación del chocolate* ..... *24*
*El valor calórico del chocolate* ..... *25*
1.6. Las Técnicas del Chocolate y los Precursores ..... 26
*Pocos cambios tecnológicos, pero significativos* ..... *26*
I.7. Empresas y marcas comerciales de chocolate ..... 30
I.8. El Consumo de Chocolate ..... 34
*Los gustos nacionales* ..... *36*
*Relación entre el precio del chocolate y su consumo* ..... *37*
1.9 Los Sustitutos del Cacao en la Elaboración del Chocolate ..... 38

**SEGUNDA PARTE** ..... **43**

**II. EL MERCADO MUNDIAL DEL CACAO Y DEL CHOCOLATE** ..... **44**

II.1. El Mercado Mundial del Cacao ..... 44
*II.1.1. Evolución de la producción mundial* ..... *44*
Un cultivo marcadamente cíclico ..... 42
*II.1.2. CONSUMO* ..... *46*
La medición del consumo ..... 47
La evolución del consumo ..... 54
Los factores determinantes del consumo de cacao ..... 55
a- El precio del cacao ..... 55
b- Los ingresos del consumidor y su nivel de vida ..... 56
c- El clima ..... 56
d- El número de consumidores y sus características demográficas y culturales. ..... 56
e- La disminución del precio del producto de consumo ..... 57
II.1.3. STOCKS O EXISTENCIAS ..... 57
II.1.4. COMERCIO INTERNACIONAL ..... 59
Exportaciones ..... 60
Importaciones ..... 64
II.1.5. ESTRUCTURA DEL MERCADO ..... 67
Nivel de los países productores de cacao ..... 69
Nivel de los intermediarios ..... 72
Niveles de los países consumidores ..... 75
Los mercados actuales y a futuro ..... 76
El Convenio Internacional del Cacao ..... 78
Precios ..... 80
*Factores que influyen en los precios del cacao en grano* ..... *81*
a) El desbalance entre la producción y el consumo del cacao a escala mundial. ..... 81
b. La especulación de los "traders" ..... 82
c. Los stocks o existencias de cacao ..... 82

d. La situación de los países productores ..... 83
e. Las estimaciones o previsiones de cosecha ..... 83
Evolución de los precios del cacao en grano ..... 84
Precios de los productos del cacao ..... 87
II.1.6. PRONÓSTICOS ..... 88

**II.2. EL MERCADO MUNDIAL DEL CACAO FINO O DE AROMA ..... 93**

II.2.1. TIPOS DE CACAO ..... 93
*Definición del cacao fino o de aroma ..... 95*
*Algunos cacaos finos o de aroma representativos ..... 96*
II.2.2. PRODUCCIÓN MUNDIAL DE CACAO FINO O DE AROMA ..... 99
II.2.3. CRITERIOS DE CALIDAD PARA LA DEFINICIÓN DE UN CACAO FINO O DE AROMA ..... 103
*Aspectos objetivos y subjetivos de la calidad ..... 103*
*La calidad vista por el usuario ..... 104*
*El aroma ..... 106*
*La manteca ..... 107*
*El color ..... 108*
II.2.4. EL CRITERIO ECONÓMICO ..... 109
II.2.5. USOS Y USUARIOS DEL CACAO FINO O DE AROMA ..... 111
II.2.6. EL CACAO FINO O DE AROMA, ¿UN COMMODITY DIFERENTE? ..... 116
II.2.7. COMERCIALIZACIÓN Y PRECIO ..... 119
*¿De qué depende el premium? ..... 120*
II.2.8. LOS INTERESES DE LOS COMPRADORES ..... 122
*¿Quiénes compran cacao fino o de aroma? ..... 125*
*Perspectivas del mercado ..... 126*
*Al rescate del prestigio perdido ..... 127*

**II.3. EL MERCADO MUNDIAL DEL CHOCOLATE ..... 130**

II.3.1. EL NEGOCIO DEL CHOCOLATE ..... 130
*Los grandes en la industria del chocolate ..... 131*
*La dinámica de las empresas del chocolate ..... 134*
*La dinámica de la concentración ..... 135*
*La presencia regional de las grandes firmas ..... 137*
III.3.2. UNA OJEADA AL MERCADO MUNDIAL DEL CHOCOLATE ..... 0
*Europa Occidental ..... 1*
*Europa Oriental ..... 2*
*Estados Unidos ..... 3*
*Japón ..... 3*

**II.4. ESTUDIO DE CASOS : LOS MERCADOS DEL CHOCOLATE EN FRANCIA, BÉLGICA Y ESPAÑA ..... 5**

II.4.1. EL MERCADO FRANCÉS DEL CHOCOLATE ..... 6
*El sector de la chocolatería y la confitería ..... 6*
*El Subsector de la Chocolatería ..... 7*
*Consumo per capita de chocolate ..... 9*
*Producción de chocolate ..... 11*
*Las preferencias de los franceses ..... 11*
*El comercio exterior ..... 12*
*La industria chocolatera ..... 14*
*Situación actual y perspectivas ..... 18*

**BIBLIOGRAFÍA ..... 21**

II.4.2. EL MERCADO BELGA DEL CHOCOLATE ..... 22

*Las empresas chocolateras belgas* ..... *26*
Callebaut Belgium **(122, Aalstersestraat, 9280 Lebbeke-Wieze)** ..... 27
Kraft Jacobs Suchard **(450, Brusselsesteenweg, 1500 Halle)** ..... 27
Gallet Chocolatiers **(39, rue de la Station, 4051 Chaudfontaine)** ..... 28
Godiva **(5, rue de l'Armistice, 1081 Bruxelles)** ..... 28
Chocolaterie Guylian **(1, Europark-Oost, 9100, Saint-Niklaas)** ..... 28
Confiserie Léonidas **(43, boulevard J-Graindor, 1070 Bruxelles)** ..... 28
Neuhaus **(2, Postweg, 1602 Vlezembeek)** ..... 29
Cacao Goemaere **(4, Industriegebied Drongen-Booiebos, 9031 Drongen)** ..... 30
Chocolaterie Jacques **(16, Industriestrasse, 4700 Eupen)** ..... 30
Kathy Chocolaterie **(84, Pathoekeweg, 8000 Brugge)** ..... 30
Belcolade **(10, Industrielaan, 9320 Aalst-Erembodegem)** ..... 30
Cocachoc **(49, Tekomstlaan, 2200 Herentals)** ..... 31

**BIBLIOGRAFÍA** ..... **31**

II.4.3. EL MERCADO ESPAÑOL DEL CHOCOLATE ..... 33
*El mercado actual del chocolate* ..... *35*
*La industria del chocolate* ..... *38*
*El comercio exterior* ..... *41*

**BIBLIOGRAFÍA** ..... **42**

**TERCERA PARTE** ..... **43**

**III. EL CACAO VENEZOLANO EN EL MERCADO MUNDIAL** ..... **44**

III.1. LA CACAOCULTURA VENEZOLANA ..... 44
*III.1.1. Una breve historia* ..... *44*
*III.1.2. Características generales del cultivo y de la producción* ..... *49*
Areas de cultivo ..... 50
Producción, superficie cultivada y rendimiento obtenido ..... 56
Bancos de germoplasma de cacao existentes ..... 59
Plagas, enfermedades, malezas y elementos contaminantes del cacao ..... 60
Tipos de cacao producidos en Venezuela ..... 62
*III.1.3. Diagnóstico del sector* ..... *206*
Fortalezas ..... 209
Oportunidades ..... 209
Debilidades ..... 209
Amenazas ..... 210
III.2. MARKETING PARA EXPORTACIÓN: UN VISTAZO A LA TEORÍA ..... 214
*III.2.1. Los fundamentos del marketing* ..... *214*
*III.2.2. Marketing para la exportación* ..... *215*
Objetivos de la empresa en el mercado de exportación ..... 216
Segmentación del mercado a penetrar y posicionamiento ..... 216
Investigación de mercados ..... 217
Características del producto ..... 218
Precio para exportación ..... 219
Canales de distribución ..... 219
Promoción ..... 220
*II.2.3. La promoción comercial: punto clave* ..... *220*
Publicidad ..... 220
Relaciones públicas ..... 222
Actividades de promoción ..... 223
a.- Ferias y exposiciones ..... 223
b.- Viajes promocionales ..... 225
c.- Misiones comerciales ..... 226
d.- Empresas comercializadoras ..... 226

*III.2.4. La acción gubernamental* ..... 227
a.- Instrumentos cambiarios ..... 229
b.- Incentivos Fiscales ..... 229
c.- Instrumentos administrativos ..... 229
d.- Incentivos financieros ..... 229
e.- Diversos apoyos gubernamentales de promoción ..... 230
III.3. SITUACIÓN ACTUAL DE LA EXPORTACIÓN DEL CACAO VENEZOLANO ..... 233
Compras de la industria nacional ..... 233
La exportación de cacao en 1996-97 ..... 235
¿Qué cacao exportamos? ..... 237
La irregularidad de las exportaciones de cacao venezolano ..... 241
Un proveedor inconstante ..... 245
Los principales problemas para la exportación de cacao ..... 248
III.4. PERSPECTIVAS DE LA EXPORTACIÓN DEL CACAO VENEZOLANO ..... 251
La necesidad de aumentar la producción nacional de cacao ..... 251
La necesidad de segmentar la oferta nacional de cacao ..... 252
Las ventajas competitivas internacionales del cacao fino o de aroma venezolano ..... 260
¿Cómo es percibido el cacao venezolano en el exterior? ..... 266
Los nichos de mercado para el cacao venezolano ..... 281
¿Hacia dónde han ido las exportaciones venezolanas de cacao durante la última década, 1988-1997? ..... 281
Criterios para ampliar el destino de las exportaciones de cacao fino o de aroma ..... 283
La promoción de la exportación del cacao venezolano ..... 287
Elementos de base del PME ..... 287
Objetivos del país en el mercado de exportación ..... 0
Segmentación del mercado a penetrar y posicionamiento ..... 1
Investigación de mercados ..... 2
Características del producto ..... 3
Otros elementos del PME ..... 4
La promoción comercial ..... 4
Publicidad ..... 4
Relaciones públicas ..... 6
Promoción comercial ..... 8
Ferias y exposiciones ..... 8
Viajes promocionales ..... 10
Misiones comerciales ..... 10
Empresas comercializadoras ..... 11
La acción promotora del Estado ..... 12
III.5. UNA TENTATIVA DE APLICACIÓN DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN AL CACAO VENEZOLANO ..... 18
Los productos típicos, tradicionales o de la tierra ..... 18
Los criterios de lo típico ..... 19
Las implicaciones socioculturales de lo típico ..... 21
El esfuerzo de la unión europea ..... 22
Los inventarios europeos y los criterios aplicados ..... 23
Las comunidades de productos típicos ..... 24
La denominación de origen: definición y categorías ..... 25
¿Es posible aplicar la denominación de origen al cacao venezolano? ..... 27
Esbozo de un plan de acción para Venezuela ..... 31
El cacao venezolano, ¿es un producto típico? ..... 32
**BIBLIOGRAFÍA CITADA** ..... **36**